

共用品市場規模に関する  
2023 年度調査に関する報告

2024 年 3 月

(公財)共用品推進機構



## <目次>

I. 調査の趣旨・目的.....	3
II. 調査対象の考え方 .....	3
III. 調査の実施内容 .....	5
IV. 調査の結果.....	8
V. 共用化配慮の普及について .....	13
VI. 今後の調査のあり方について .....	14

## I. 調査の趣旨・目的

本調査は、共用品（アクセシブルデザイン製品）の出荷額ベースの市場動向を把握するために、1996年に経済産業省（当時は通商産業省）の委託事業としてスタートし、以来現在に至るまで共用品推進機構によって継続して実施されてきた、国内唯一の共用品市場規模に関する定点調査である。

調査開始時において、調査の目的、共用品を含む周辺の概念の分類と定義、市場規模の調査対象品目の範囲等について、有識者による委員会を組織し、そこでの検討を通じて、現在の品目と配慮点が決定されてきた。当初より掲げている調査実施の目的は、下記の3つである。

- 市場規模の把握を通じた、共用品の社会全体の趨勢や課題の把握
- 産業界各分野に対して共用化配慮への関心を高め、特に共用品／共用サービスを開発しようとする各分野の事業者や自治体・行政に向けた基礎情報の提供
- 共用品／共用サービスに関する、社会一般に対する普及啓発に役立つ基礎情報の提供

## II. 調査対象の考え方

### 1. 共用品の概念（1） ～定義・原則

共用品の概念は、下記のように定義、原則という形で整理されている。

#### ◆定義

身体的な特性や障害にかかわらず、より多くの人々が共に利用しやすい製品・施設・サービス

#### ◆原則

1. 多様な人々の身体・知覚特性に対応しやすい
2. 視覚・聴覚・触覚など複数の方法によりわかりやすくコミュニケーションできる
3. 直感的でわかりやすく、心理的負担が少なく操作・利用できる
4. 素材・構造・機能・手順・環境などが配慮され、安全に利用できる

※さらに共用品・共用サービスとは、次の三者を包含する概念である

- ・はじめから全ての人々を対象に適合するよう考える共用設計
- ・一般製品の利用上の不都合をなくすバリア解消設計
- ・福祉用具がもとで一般化した福祉目的の設計

## 2. 共用品の概念（2）～福祉用具や一般製品との関係

1. に示した定義・原則に基づき、共用品とその周辺概念を、福祉用具や一般製品との関係、及び設計・デザインの意図のあり方等の視点から整理すると、図表1のように捉えることができる。

【図表1：福祉用具、一般製品との関係にみる共用品の概念】

分類	区 分		定 義
福祉用具がもと	I	専用福祉用具	特定の障害や高齢による特定の機能対応の福祉用具で機能障害のない（一般の）人には利用されない製品
	II	一般化した福祉目的の設計製品	もともと専用の福祉用具であったものであるが、特に意図した再設計・リデザインをせず、一般の利用にも供する製品
	III	共用設計製品	もともと専用の福祉用具であったものを一般用途にも普及するように再設計・リデザインされた製品
一般製品がもと			高齢や障害でも使いやすいように意図して全般的に設計・デザインされた製品
	IV	バリア解消設計製品	一般製品をベースに高齢や障害のある人が利用上バリアとなる部分を解消するための部分的な配慮上の設計・デザインを施した製品
	V	ユースフル製品	設計デザインとして特に意図せず、高齢や障害でも使いやすい製品
	VI	一般製品	特に高齢や障害者のために使いやすくなっていない製品

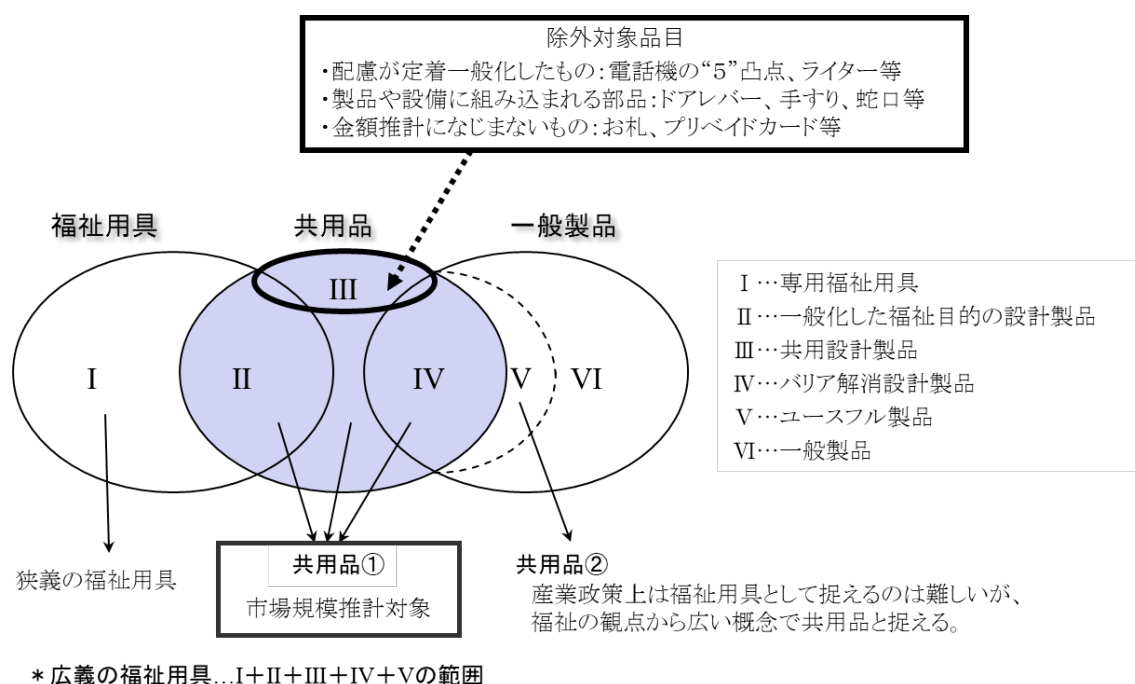
この図表では、共用品とその周辺概念についてI～VIの6つの区分を想定しているが、このうちのII～Vの網掛け部分を、概念上の「共用品」として捉えている。

## 3. 共用品市場規模調査の対象範囲

1. 2. で示した概念を基盤としながら、実際に市場規模調査の対象とする個別の品目については、さらに次の視点から絞り込んでいる。

すなわち、図表2に示すように、図表1で整理したII～Vの共用品のうち、Vを除いたII～IVを「狭義の共用品」と捉え、これを基本としながら、その中であって製品や設備の一部として組み込まれる部材部品（ドアレバー、水洗蛇口等）や、市場規模推計に適さない製品（紙幣、プリペイドカード等）を除外した範囲を、市場規模調査における、概念上の対象品目と考えている。

【図表 2：共用品の概念と市場規模調査対象品目との関係】



### III. 調査の実施内容

#### 1. 調査対象とした品目と配慮点

II. で示した考え方に基づき、具体的な対象品目としては、図表 3 に示す約 30 品目について、2022 年度の共用品国内出荷額に関する調査を実施した。また各品目の具体的な配慮点についても、あわせて図表 3 に示している。

【図表3：市場規模推計の対象とした共用品とその配慮】

配慮 分類	品目分類	品目	共用品理由	データ開始年度(●)						
				95	96	97	98	99~ 17	18	19~
製品 本体 の 配慮	一般機械 器具	エレベータ	階数スイッチに点字表示されている、階数表示を音声で行う、階数スイッチが車椅子でも使用可能な位置にある	●	→	→	→	→	→	→
		エスカレータ	ステップがフラットになり、車椅子の使用が可能	●	→	→	→	→	→	→
		ホームエレベータ	階段での上下移動を解消している		●	→	→	→	→	→
		自動販売機	コイン投入口とボタンが低い位置になっており、車椅子でも操作可能、表示部に点字	●	→	→	→	→	→	→
		駅ホーム用自動 ドア・自動改札	電車の扉の位置に合わせてホームに設置されている(自動ドア)、車椅子でも通れるように幅を広くしてある(自動改札)	●	→	→	→	→	→	→
		ATM・CD機	液晶表示ではなく、機械式操作ボタンで識別でき、音声で応答がある、点字表示など	●	→	→	→	→	→	→
		温水洗浄便座	用便後温水で洗浄、上肢が不自由でも清潔に用便可能		●	→	→	→	→	→
		複写機	車椅子でも操作しやすいようにディスプレイ部の傾斜、低位置化など				●	→	→	→
	電気機械	家庭電化機器	点字や凸表示等がある、点字またはカセットテープ	●	→	→	→	→	→	→
		音響機器	の取扱説明書がある、操作方法/操作結果や状態	●	→	→	→	→	→	→
		映像機器	が音や音声によって表示される、文字放送を受信で	●	→	→	→	→	→	→
		情報・通信機器	きる、等	●	→	→	→	→	→	→
		照明器具	器具が昇降し、電球の取替が容易。リモコン付きで 取り換え頻度が低いLED器具		●	→	→	→	→	→
	輸送用機械 器具	乗用車 (座席シフト)	助手席、後部座席が車椅子で乗りやすいように回 転・移動する	●	→	→	→	→	→	→
バス(低床)		車椅子や高齢者でも乗りやすいように乗降部や床を 低くした	●	→	→	→	→	→	→	
	タクシー	車椅子や身体障害者、高齢者等も乗降しやすいよ う、乗降口、手すり、車内、収納等に関する項目を定 めた国土交通省「ユニバーサルデザインタクシー」認 定標準仕様を満たす。						●	→	

(つづき)

配慮 分類	品目分類	品目	共用品理由	データ開始年度(●)						
				95	96	97	98	99~ 17	18	19~
製品本体の 配慮(つづき)	精密機械 器具	時計・はかり	凸表示や凸文字表示があり触ってわかる、音声表示がある、数字表示部が見やすいよう大きな文字	●	→	→	→	→	→	→
	金属製品	ガス器具	押しボタンタイプ式で簡単操作、点字表示、点字取扱説明書がついている、音声や光で作動状態を知らせる、立消え安全装置がついている	●	→	→	→	→	→	→
	住宅設備	住宅設備	段差解消・手すりの設置・腰掛けての出入り容易な浴槽(以上浴室ユニット)、洗面台の昇降可能など車椅子での利用可能な設計(洗面化粧台)、カウンターの高さ変更が容易・上部棚を手動や自動で下げられる設計(システムキッチン)	●	→	→	→	→	→	→
	その他	机(天板上下)	天板が昇降できるもの	●	→	→	→	→	→	→
		玩具	操作部等に凸表示がある、色の区別が手触りでもわかるようになっている、点字シールが添付されている、電話等の玩具で「5」に凸表示がある、音が出ていることが光など音以外の方法で確認できる、筆談でのコミュニケーションができる、手で触っても崩れたりずれたりしない(盲導犬マーク、うさぎマークの玩具)	●	→	→	→	→	→	→
		ケトル	沸騰を蒸気の笛で知らせる	●	→	→	→	→	→	→
		その他(家庭用ミシン、触地図、大活字書籍等)	糸かけ、ダイヤル式、スピードが遅い等操作が容易にできる(家庭用ミシン)、凹凸がついており手で触ってわかる地図(触地図)、見やすい大きい活字を使った書籍(大活字書籍等、96年度～)	●	→	→	→	→	→	→
容器・包装の 配慮	食料品	ビール・酒	上部に点字でビールあるいは酒と表示、非アルコール飲料と区別	●	→	→	→	→	→	→
	化学工業品	シャンプー・リンス	シャンプー容器側面にギザギザがあり、リンス容器と区別できる	●	→	→	→	→	→	→
		医薬品	パッケージに点字がついている、点字の取り扱い説明書が付いている	●	→	→	→	→	→	→
		家庭用ラップ	家庭用ホイルと区別するために、凸マークがついている				●	→	→	→



## 2. 調査時期と調査手法

今回調査は、2023年12月から2024年3月にかけて実施した。調査方法は、共用品の製造企業に対するアンケート調査に加え、対象品目における、(共用品以外を含む)市場全体の規模や趨勢を把握するため、公的統計、業界団体調査統計等も活用し、推計値をとりまとめた。例年同様、一部品目については、アンケート調査実施時に、「日本照明工業会」「日本玩具協会」等の業界団体の協力も得ている。なおアンケート回答に基づいて国内出荷高を算出する際、対象品目によっては、重複計上の可能性があることから、OEMに関するデータ把握も調査票で合わせて実施し、集計時に重複を除外するこれまでの手法を踏襲している。また今回の調査対象年度は2022年度分のデータであるが、趨勢上の分析と推計の参考として2021年度分のデータもあわせて収集した。

アンケートの配布・回収状況は図表4に示すとおりであり、アンケート調査の回答率は、38.8%と、前回よりも若干下回った。

【図表4：アンケート調査の配布・回収状況】

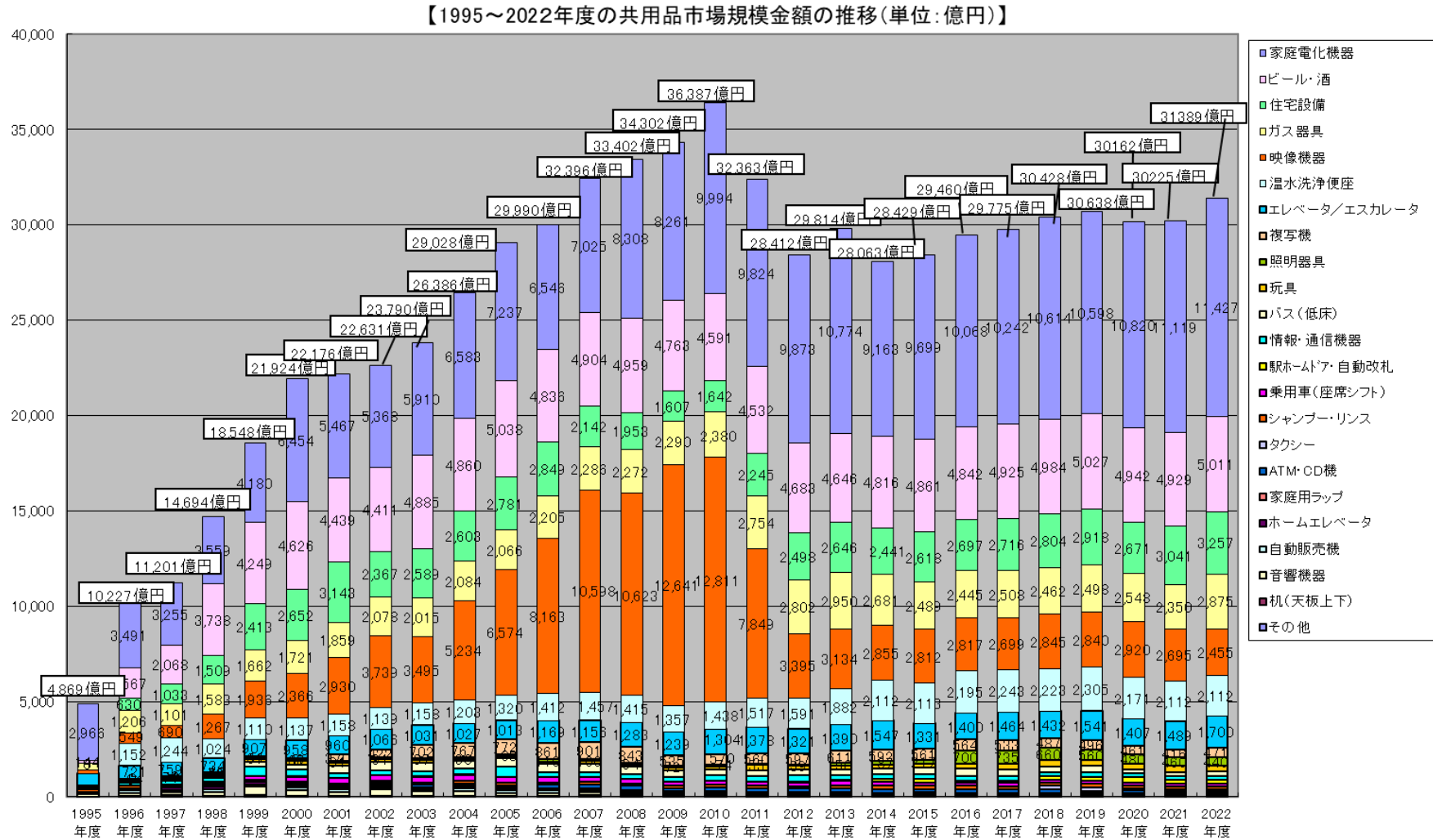
調査種別	(明細)	配布数	回収数	(回収率)
個別企業調査	——	130	40	30.8%
業界団体調査	日本照明工業会	12	12	100.0%
	日本玩具協会	18	10	55.6%
全体		160	62	38.8%

## IV. 調査の結果

調査対象とした各品目の合計値にみる、2022年度の共用品市場規模金額は、3兆1,389億円と推計され、前年比で3.9%(1,164億円)増と、2011年度以来、11年ぶりに全体金額が3.1兆円を超えた。

当該年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響は一定程度収束に向かっていたが、全体金額も上昇する結果となった。

【図表 5：共用品市場規模金額の推移（単位：億円）】



出荷額の上位からみると、全体出荷額の1／3以上を占める「家庭電化機器（11,427億円：2.8%、308億円増）」は出荷額を伸ばした。物価高騰等の影響や、「上海市によるロックダウン」による物流機能の制限や工場の操業停止等もあり、特に年度前半は出荷数量の減少傾向が見受けられた一方、原材料費・輸送費の高騰や消費者の高付加価値志向等により多くの品目で製品単価は上昇し、さらに主要品目である「ルームエアコン」「電気冷蔵庫」等では猛暑の後押しもあり、全体として出荷額は前年度上回った。

「ビール・酒（5,011億円：1.7%、82億円増）」については、3年ぶりにわずかながら増加に転じた。ビール系飲料において、単価の高いビールの需要が、猛暑の影響とコロナ禍が落ち着く中での業務用需要の回復、さらに2020年度の酒税減税効果の継続もあって、数量を伸ばし、発泡酒、新ジャンル、ビール系以外が伸び悩む中で、全体金額の下げ止めに貢献した。

「住宅設備（3,257億円：7.1%、216億円増）」については、新設住宅着工戸数は微減となったが、リフォーム需要とサプライチェーンの正常化等の要因や、原材料費高騰による価格転嫁等も見られた結果、出荷額を伸ばした。「ガス器具（2,875億円：22.3%、525億円増）」においても、年度前半は、半導体等の部品供給不足による納期遅延の影響が残っていたが、年度後半は、「住宅設備」と同様、出荷額を伸ばした。

2022年度においては、これらの主要品目をはじめ、多くの品目がコロナ禍の影響が薄まる中で出荷額を伸ばした。一方で、減少した品目では、「駅ホーム用自動ドア・自動改札：195億円、▲4.9%、10億円減」については元来周期変動のある品目ともいえ、「タクシー：100億円、▲27.5%、38億円減」においては東京オリンピックの開催に向けて急成長を遂げてきた中で、2022年度は成熟期を迎えたとも考えられる。また「照明器具：440億円、▲4.3%、20億円減」については、LED器具の低価格化の影響が見受けられる。

【図表6：共用品市場規模金額明細（単位：億円）】

配属分類	品目分類	品目	共用理由	データ開始年度	金額(億円)											
					1995年度	1996年度	1997年度	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	
製品本体の配属	一般機械器具	エレベータ	階数スイッチに点字表示されている。階数表示を音声で行う、階数スイッチが車いすでも使用可能な位置にある	1995年度	#1	650	721	759	734	907	958	960	1,066	1,031	1,027	1,013
		エスカレータ	ステップがフラットになり、車いすの使用が可能	1996年度	—	—	28	28	27	33	23	20	11	4	3	5
		ホームエレベータ	階段での上下移動を解消している	1996年度	—	—	130	134	120	133	131	124	115	93	97	98
		自動販売機	コイン投入口とボタンが低い位置になっており、車いすでも操作可能、表示部に点字	1995年度	—	85	114	124	137	91	133	107	98	85	111	124
		駅ホーム用自動ドア・自動改札	電車の扉の位置に合わせてホームに設置されている(自動ドア)、車いすでも通れるように幅を広げている(自動改札)	1995年度	—	7	10	15	12	14	5	14	12	23	26	9
		ATM・CD機	液晶表示ではなく、機械式操作ボタンで識別でき、音声で応答がある、点字表示など	1995年度	—	3	3	4	5	16	100	94	99	128	138	137
		温水洗浄便座	用便後温水で洗浄、上腿が不自由でも清潔に用便可能	1996年度	—	—	1,152	1,244	1,024	1,110	1,137	1,158	1,139	1,158	1,203	1,320
	複写機	車いすでも操作しやすいようにディスプレイ部の傾斜、低位置化など	1998年度	—	—	—	—	44	44	49	370	422	702	767	772	
	電気機械	家庭電化機器		1995年度	2,966	3,491	3,255	3,559	4,180	6,454	5,467	5,368	5,910	6,583	7,237	
		音響機器	点字や凸表示等がある、点字またはカセットテープの取扱説明書がある、操作方法/操作結果や状態が音や音声によって表示される、文字放送を受信できる	1995年度	152	143	153	193	480	275	197	324	216	247	150	
		映像機器		1995年度	213	549	690	1,267	1,936	2,366	2,930	3,739	3,495	5,234	6,574	
		情報・通信機器		1995年度	99	151	181	200	496	366	256	244	263	306	535	
		照明器具	器具が昇降し、電球の取り替えが容易。リモコン付きで取り換え頻度が低いLED器具	1996年度	—	64	71	79	81	87	91	91	97	98	103	
	輸送用機械器具	乗用車(座席シフト)	助手席、後部座席が車いすでも乗りやすいように回転・移動する	1995年度	2	9	17	122	181	249	285	296	311	312	297	
		バス(低床)	車いすや高齢者でも乗りやすいように乗降部や床を低くした	1995年度	14	22	86	76	#2	222	248	385	429	424	386	464
		タクシー	車いすや身体障害者、高齢者等も乗降しやすいよう、乗降口、手すり、車内、収納等に関する項目を定めた国土交通省「ユニバーサルデザインタクシー」認定標準仕様を満たす。	2018年度	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
	精密機械器具	時計・はかり	凸表示や凸文字表示があり触って分かる、音声表示がある、数字表示部が見やすいよう大きな文字	1995年度	1	3	2	1	1	3	6	5	4	5	6	
	金属製品	ガス器具	押しボタンタイプで簡単操作、点字表示、点字取扱説明書が付いている、音声や光で作動状態を知らせる、立消え安全装置が付いている	1995年度	334	1,206	1,101	1,583	1,662	1,721	1,859	2,078	2,015	2,084	2,066	
	住宅設備	住宅設備	段差解消・手すりの設置・腰掛けでの出入り可能な浴槽(以上浴室ユニット)、洗面台の昇降可能など車いすでの利用可能な設計(洗面化粧台)、カウンターの高さ変更容易・上部棚を手動や自動で下げられる設計(システムキッチン)	1996年度	—	630	1,033	1,509	2,413	2,652	3,143	2,367	2,589	2,603	2,781	
	その他	机(天板上下)	天板が昇降できるもの	1996年度	—	3	3	5	7	6	6	6	5	5	8	
玩具		操作部等に凸表示がある、色の区別が手触りでも分かるようになっている、点字シールが添付されている、電話等の玩具で「5」に凸表示がある、音が出ることが光など音以外の方法で確認できる、筆談でのコミュニケーションが出来る、手で触っても崩れたりずれたりしない(盲導犬マーク、うさぎマークの玩具)	1995年度	77	84	93	90	163	205	135	139	167	102	98		
ケトル		沸騰を蒸気の笛で知らせる	1996年度	—	13	12	11	9	9	8	6	5	5	3		
大活字書籍		見やすい大きい活字を使った書籍	1996年度	—	4	5	4	3	4	2	2	#3	—	—		
その他(笛吹ケトル、家庭用ミン、触地図等)		沸騰を蒸気の笛で知らせる(笛吹ケトル)、糸かけ、ダイヤル式、スピードが遅い等操作が容易に出来る(家庭用ミン)、凹凸が付いており手で触って分かる地図(触地図)	1995年度	2	2	2	1	1	2	1	7	9	11	9		
容器・包装の配属	食料品	ビール・酒	上部に点字でビールあるいは酒と表示、非アルコール飲料と区別	1995年度	144	1,567	2,068	3,738	4,249	4,626	4,439	4,411	4,885	4,860	5,038	
	化学工業品	シャンプー・リンス	シャンプー容器側面にギザギザがあり、リンス容器と区別できる	1995年度	119	126	119	105	60	72	75	107	118	120	126	
		医薬品	パッケージに点字が付いている、点字の取り扱い説明書が付いている	1995年度	1	2	2	4	2	4	5	5	7	7	7	
	家庭用ラップ	家庭用ホイルと区別するために凸マークが付いている	1998年度	—	—	—	46	55	41	39	45	46	46	48		
計①97年度調査品目ベース(95年度より)					4,869	8,231	8,699	11,852	14,692	17,810	17,235	18,438	19,095	21,559	23,892	
計②98年度調査品目ベース(96年度より)					—	10,227	11,201	14,603	18,449	21,835	21,767	22,164	23,042	25,573	28,208	
計③99年度～17年度調査品目ベース(98年度より)					—	—	—	14,694	18,548	21,924	22,176	22,631	23,790	26,386	29,028	
計④18年度調査品目ベース(18年度より)					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	

#1: 95年度のエレベータの金額にはエスカレータが含まれている。96年度以降は両者を区分してきたが、エスカレータの回答企業が少いため2014年度より再びエレベータに含めた数値としている。  
 #2: 低床バスについては98年度まで「ニーリング機能付きバス」のみを対象としていたが、99年度より「ノンステップバス+ワンステップバス」といった定義を採用した結果、98年度と比較して金額が大きく伸びている。  
 #3: 笛吹ケトル、大活字書籍については、家庭用ミン、触地図等と同様、それぞれ回答企業が少なくなった時点で、一括した数値としている。  
 #4: 福祉用具との共通項目である「ホームエレベータ」「温水洗浄便座」「乗用車(座席シフト)」については、2021年度の福祉用具産業市場動向調査のデータを流用している。  
 #5: 照明器具について、LEDへの入替が急速に進む中、日本照明工業会様の提案を受け、2013年度から業務用LEDライト(リモコン付)の推計値を加算して推計。2016年度からは家庭用LEDシーリングライト(リモコン付)の推計値と  
 #6: 2018年度より、タクシー(車いすや身体障害者、高齢者等も乗降しやすいよう、乗降口、手すり、車内、収納等に関する項目を定めた国土交通省「ユニバーサルデザインタクシー」認定標準仕様を満たす)を追加。

																		伸び率	前年度差
2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	21-22	21-22	
1,169	1,156	1,283	1,239	1,304	1,378	1,321	1,390	#1 1,547	1,331	1,400	1,464	1,432	1,541	1,407	1,489	1,700	14.2%	211	
5	1	2	1	1	1	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	---	---	
86	71	62	52	49	46	46	53	53	53	47	47	44	43	37	#4 38	#4 38	0.0%	0	
115	83	85	78	60	36	40	30	40	34	30	30	40	40	32	28	32	14.3%	4	
5	27	22	8	10	7	6	47	121	163	99	135	170	216	287	205	195	-4.9%	-10	
163	174	225	142	201	262	188	242	186	171	194	193	186	82	128	71	92	29.8%	21	
1,412	1,457	1,415	1,357	1,438	1,517	1,591	1,882	2,112	2,113	2,195	2,243	2,223	2,305	2,171	#4 2,112	#4 2,112	0.0%	0	
861	901	843	535	570	560	597	611	592	561	564	533	487	496	461	416	471	13.2%	55	
6,546	7,025	8,308	8,261	9,994	9,824	9,873	10,774	9,163	9,699	10,068	10,242	10,614	10,598	10,820	11,119	11,427	2.8%	308	
166	161	66	55	59	49	40	36	28	25	25	23	22	23	20	19	19	0.0%	0	
8,163	10,598	10,623	12,641	12,811	7,849	3,395	3,134	2,855	2,812	2,817	2,699	2,845	2,840	2,920	2,695	2,455	-8.9%	-240	
253	262	230	234	285	313	345	293	272	255	255	220	234	238	221	205	217	5.9%	12	
110	100	94	72	74	55	39	#5 150	187	217	#5 700	735	660	560	480	460	440	-4.3%	-20	
279	247	214	201	186	173	197	204	227	195	189	172	168	153	153	#4 153	#4 153	0.0%	0	
453	448	389	376	325	311	303	293	286	340	354	337	282	352	177	184	218	18.5%	34	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	#6 174	201	99	138	100	-27.5%	-38	
6	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0.0%	0	
2,205	2,286	2,272	2,290	2,380	2,754	2,802	2,950	2,681	2,489	2,445	2,508	2,462	2,498	2,548	2,350	2,875	22.3%	525	
2,849	2,142	1,953	1,607	1,642	2,245	2,498	2,646	2,441	2,618	2,697	2,716	2,804	2,918	2,671	3,041	3,257	7.1%	216	
8	9	8	9	8	6	8	#6 9	7	9	9	13	19	26	24	18	18	0.0%	0	
107	111	113	152	152	197	210	188	191	215	267	292	331	287	317	319	324	1.6%	5	
2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	#3 -	-	-	---	---	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	---	---	
7	7	8	9	9	9	8	8	9	17	14	12	12	13	13	15	9	-38.7%	-6	
4,836	4,904	4,959	4,763	4,591	4,532	4,683	4,646	4,816	4,861	4,842	4,925	4,984	5,027	4,942	4,929	5,011	1.7%	82	
127	140	140	136	158	160	148	153	174	174	171	157	154	164	152	137	137	0.0%	0	
7	26	24	23	23	22	17	17	18	21	21	21	22	24	23	22	22	0.0%	0	
50	53	56	54	54	54	54	55	54	53	54	55	56	57	58	61	66	8.2%	5	
24,609	27,658	28,965	30,611	32,547	27,875	23,574	24,403	22,612	22,800	23,189	23,428	24,130	24,295	24,257	24,076	24,984	3.8%	908	
29,079	31,442	32,503	33,713	35,763	31,749	27,761	29,148	27,417	27,815	28,842	29,187	29,885	30,151	29,643	29,748	30,852	3.7%	1,104	
29,990	32,396	33,402	34,302	36,387	32,363	28,412	29,814	28,063	28,429	29,460	29,775	30,254	30,503	30,063	30,087	31,289	4.0%	1,202	
												30,428	30,704	30,162	30,225	31,389	3.9%	1,164	

したことから金額が大幅に増えている。

## V. 共用化配慮の普及について

調査対象品目のうち、製品本体の一部機能に共用化配慮が取り入れられている品目の一部について、その品目の全体出荷額（工業統計《2021年度データより経済構造実態調査》\_経済産業省（品目別・確報））との比較の視点から、「共用品普及度（全体出荷額に占める共用品出荷額の割合（%）」を試算している（図表7、8参照）。

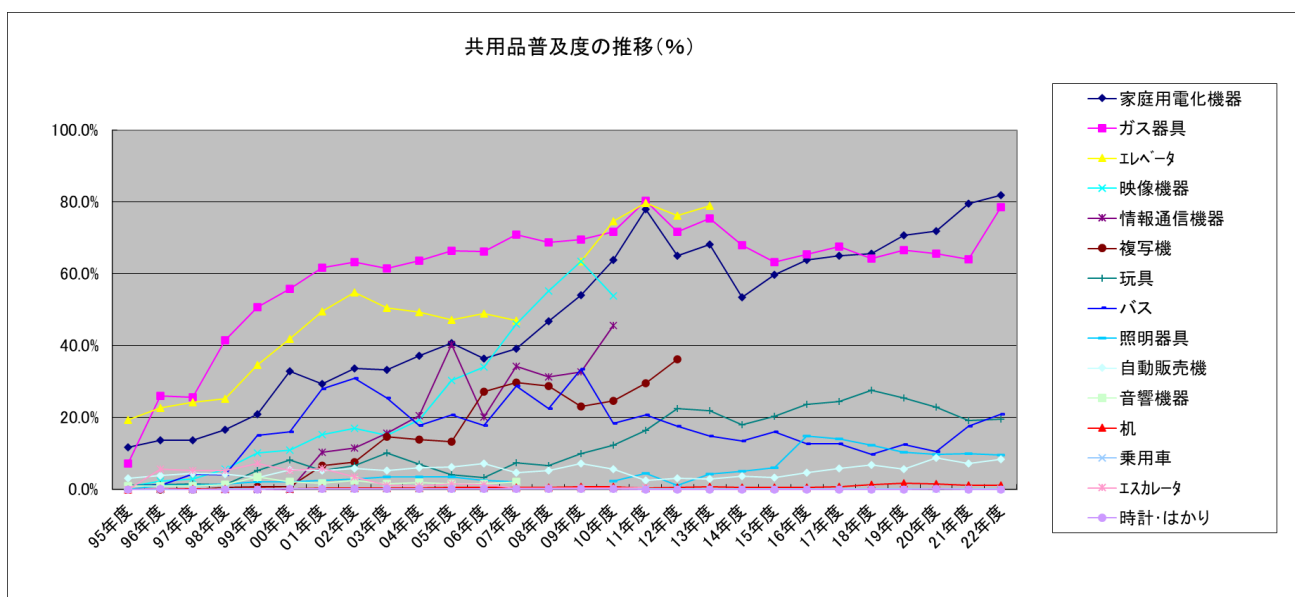
（経済構造実態調査は、2024年3月時点で2022年度データが公表されておらず、前年度(2021年度)の値を流用）

【図表7：出荷額にみる共用品の普及度】

	共用品出荷額 (2022年度) <単位:億円>	全体出荷額 (2021年度) <単位:億円>	共用品 普及度 <%>
家庭用電化機器	11,427	13,966	81.8%
ガス器具	2,875	3,664	78.5%
バス	218	1,042	20.9%
玩具	324	1,664	19.5%
照明器具	440	4,654	9.5%
自動販売機	32	385	8.3%
机	18	1,611	1.1%
乗用車(※)	253	152,897	0.2%
時計・はかり	1	2,231	0.0%

※乗用車については、タクシーの出荷額を乗用車（座席シフト）の出荷額に加えた金額を共用品出荷額としている。

【図表8：出荷額にみる共用品普及度の推移（'95～'22年度）】



※注

- ・前回調査では、調査対象年度(2021年度)の全体金額データが公表されておらず、2020年度データを流用したが、その後これが公表されたのに伴い、2021年度データは更新されている。
- ・エレベータは、2014年度データよりエスカレータと統合した数値としたため、2014年度の普及度推計を実施していない。
- ・映像機器、情報通信機器、複写機、音響機器等の全体金額については、主力の品目が工業統計上、欠損値となるか、回収企業数の不足により、これまでの数値と大きな乖離が出ている状況を鑑み、普及度の集計を実施していない。

試算した品目の傾向としては、「家庭用電化機器」「ガス器具」等は、継続して高い水準(60～80%前後)を維持し、共用化配慮が「当たり前」になっていることが確認された。またその他の品目においても、今回調査では多くの品目が出荷額を伸ばす中、普及度も概ね維持されている。

## VI. 今後の調査のあり方について

前述の通り、今回の調査対象である2022年度は、新型コロナウイルス感染症の拡大から3年目を迎え、その影響から脱却しつつある中で、ここ数年の動向とは異なり、全体の出荷額は約4%、金額にして1,000億円以上の増額となった。

一方で、市場規模調査の対象品目については、2018年度のユニバーサルタクシーを最後に新たな品目は追加されていない。これまでに対象としていなかった品目領域の中で、共用品としての配慮が普及することで生活に大きなインパクトがあると思われるものの代表に、PCやスマートホン等のIT機器がある。

たとえば、PC等のハードウェアについての、公的な統計に見る国内出荷全体の状況は下記の通りである。

【図表 9：PC 国内出荷台数（千台）／出荷額（億円）】

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
出荷台数（千台）	<b>6,767</b>	<b>7,398</b>	<b>9,475</b>	<b>12,083</b>	<b>6,903</b>	<b>6,903</b>
前年比（％）	97.0%	109.3%	128.1%	127.5%	96.4%	96.4%
デスクトップPC	<b>1,730</b>	<b>1,798</b>	<b>2,572</b>	<b>1,308</b>	<b>1,168</b>	<b>1,168</b>
前年比（％）	98.2%	103.9%	143.1%	50.8%	96.1%	96.1%
ノートPC	<b>5,038</b>	<b>5,600</b>	<b>6,903</b>	<b>10,775</b>	<b>5,735</b>	<b>5,735</b>
前年比（％）	96.7%	111.2%	123.3%	156.1%	96.4%	96.4%
出荷金額統計（億円）	<b>6,210</b>	<b>7,031</b>	<b>8,926</b>	<b>8,862</b>	<b>7,617</b>	<b>7,617</b>
前年比（％）	100.5%	113.2%	126.9%	99.3%	109.2%	109.2%
デスクトップPC	<b>1,524</b>	<b>1,626</b>	<b>2,315</b>	<b>1,347</b>	<b>1,488</b>	<b>1,488</b>
前年比（％）	101.3%	106.7%	142.4%	58.2%	105.6%	105.6%
ノートPC	<b>4,686</b>	<b>5,405</b>	<b>6,611</b>	<b>7,515</b>	<b>6,129</b>	<b>6,129</b>
前年比（％）	100.2%	115.3%	122.3%	113.7%	110.1%	110.1%

調査元	JEITA：電子情報技術産業協会
調査対象 ※2022年度 自主統計 参加会社	Apple Japan（同）、NECパーソナルコンピュータ（株）、セイコーエプソン（株）、Dynabook（株）、パナソニック コネクト（株）、富士通クライアントコンピューティング（株）、（株）ユニットコム、レノボ・ジャパン（同） 計8社

【図表 10：タブレット端末国内出荷台数（千台）】

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
出荷台数（千台）	<b>515</b>	<b>421</b>	<b>559</b>	<b>1,454</b>	<b>1,121</b>	<b>760</b>
前年比（％）	69.0%	81.8%	132.7%	260.2%	77.1%	67.8%

調査元	JEITA：電子情報技術産業協会
調査対象 ※2022年度 自主統計 参加会社	NECパーソナルコンピュータ（株）、シャープ（株）、Dynabook（株）、パナソニック（株）、富士通クライアントコンピューティング（株）、（株）ユニットコム、レノボ・ジャパン（株） 計7社

【図表 11：スマートホン国内出荷台数（千台）】

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
出荷台数（千台）	<b>11,859</b>	<b>9,615</b>	<b>8,968</b>	<b>10,462</b>	<b>10,189</b>	<b>9,302</b>
前年比（％）	110.7%	81.1%	93.3%	116.7%	97.4%	91.3%

調査元	JEITA：電子情報技術産業協会
調査対象 ※2022年度 自主統計 参加会社	Apple Japan（同）、NECパーソナルコンピュータ（株）、セイコーエプソン（株）、Dynabook（株）、パナソニック コネクト（株）、富士通クライアントコンピューティング（株）、（株）ユニットコム、レノボ・ジャパン（同） 計8社



一方で、IT 機器の分野の場合、共用化配慮を構成するものとして、この他にソフトウェア側の配慮も考えられる。

ソフトウェア市場については、公的統計としては経済産業省の「特定サービス産業動態統計調査」があるが、これによれば、業務用ソフト、ゲームソフト、コンピュータ用基本ソフトから構成される「ソフトウェアプロダクト」の 2022 年度の市場規模は、全体で約 2 兆円規模に上る。

IT 機器における利用者にとっての共用化配慮は、上記のハードウェアとソフトウェアの組み合わせで実現するものであるため、市場規模調査の対象とするためには、配慮の特定に加え、これを構成する商品の特定、そして出荷額の把握方法等、多くの課題があり、詳細な検討が必要となるが、対象品目の候補として、今後検討していきたい。